Maldonado, sábado, 10 de septiembre de 2011

Sr. Fulano
Representante de PILSEN Rocha
Presente

De nuestra mayor consideración:

Cúmplenos mediante la Presente, entregar los detalles del Proyecto del Programa de Prevención y Disminución del Daño resultante del consumo abusivo de Bebidas Alcohólicas: MÉTODOS "TOMÉ DOS", que hemos diseñado para aplicación en el Departamento de Rocha, a fines de su estudio y consideración de Contrato.

Éstos son los detalles:

Proyecto
METODOS "TOMÉ DOS"

1. **PRESENTACIÓN**
2. **HIPOTESIS**
3. **DESARROLLO**
4. **PRONOSTICO**

PRESENTACIÓN

El Proyecto **MÉTODOS "TOMÉ DOS"**, está diseñado como un Proceso de 4 etapas sucesivas e integradas, para la difusión Pública de información estratégica específica, conducente a **"tomar dos"** Objetivos principales:

1. La Prevención del Abuso en la ingesta de Bebidas Alcohólicas disponibles en el Mercado.
2. La Disminución del Daño resultante del mismo.

Se define en cada Etapa del Proceso, educar socialmente en **"tomar dos"** Categorías conceptuales,:

1. **Características**:
   a. alcoholismo normal
   b. alcoholismo patológico,
2. **Conductas**:
   a. Responsable
   b. Abusiva,

3. **Efectos**:
    a. Aspectos biológicos
    b. Aspectos psicológicos,
4. **Consecuencias**:
    a. Nivel Familiar
    b. Nivel Social.

El Objetivo de cambio de la Conducta Social sobre dicha ingesta, se logra interviniendo mediante un sistema masivo, coherente y formativo de la Consciencia del Mercado de Consumo, al aportar información Técnica calificada y estratégica.

HIPOTESIS:

El Equipo Técnico diseña esta estrategia de intervención Social, basado en la Psicología de la construcción del Proceso Volitivo, formulando la Hipótesis de una determinada operación de cambio de conducta colectiva.

Los estudios al respecto de los mecanismos intelectuales previos a la Toma de Decisiones, han formulado que la Voluntad de Acción individual, se elabora a partir de una primera etapa de Adquisición de Información sobre un tema concreto, seguido de una Deliberación sobre el valor positivo o negativo de la misma, confrontando cada aspecto con la Escala de Valores propia, para finalmente Decidir Voluntariamente la Acción a realizar.

El Objetivo del cambio de la conducta Social, compuesta por individuos que responden a este mecanismo volitivo, trabaja sobre la primera etapa de adquisición de la información, aportando elementos sobre qué es el alcoholismo y los efectos que produce, para que cada persona evalúe en la deliberación interna su acción a seguir, modelando su conducta.

La realidad que cada individuo considera verdadera, depende de la información que tenga al respecto, por lo cual la acción educativa formativa de la conducta, debe aportar esa básica información que apoyará la validez de una conducta responsable, que determina la prevención y disminución del daño de un consumo abusivo, o daño derivado del mismo.

Una persona que solo percibe a través de los Medios la publicidad de bebidas alcohólicas asociadas al éxito, la seducción y la fama, no es libre de decidir entre 2 opciones, sino que está determinado a una realidad que considera verdadera: si bebo alcohol, triunfo.

La estrategia "METODOS TOMÉ DOS", aporta una segunda información sobre el consumo de alcohol, que crea la dualidad u opción de acción. La libertad de acción solo es posible cuando elegir entre opciones diferentes es posible.

DESARROLLO

<u>1- Exposición de la estrategia:</u>
Se presentara a la Población el inicio del Programa Educativo, mediante 4 módulos informativos, diversos en canales de comunicación masiva.

a. **Eventos**: se convocará a conferencias mensuales de Prensa Escrita, Radial y Televisiva, abiertas al Público interesado, para describir la estructura, integración de los elementos, acción dinámica y función educativa, finalizando con la recepción de preguntas de los asistentes al evento y las respuestas del Equipo Técnico.

b. **Notas escritas**: se publicarán artículos en las principales publicaciones de Prensa, con el mismo temario y detalles descriptivos de METODOS "TOMÉ DOS" que se realiza en las conferencias de Prensa.

c. **Spots televisivos**: se difundirán semanalmente por los principales canales de TV Departamentales contenidos informativos sobre la temática del las conductas responsables y de abuso del consumo de Bebidas Alcohólicas social.

d. **Micros Radiales**: se difundirán diariamente micros informativos de las características del consumo responsable y abusiva del consumo de Bebidas Alcohólicas.

PRONOSTICO:

El momento posterior a de los ciudadanos que aprendan con METODOS "TOMÉ DOS", significará que han adquirido la información necesaria para tomar una decisión libre entre dos opciones: seguir la indicación de la publicidad que induce al consumo sin límite de Bebidas Alcoholicas, o poner límites al mismo sobre la base del conocimiento adquirido sobre el tipo de bebida y las consecuencias que habrán.
Un gran porcentaje del Mercado consumidor tratará de prevenir la ocurrencia del daño personal, familiar y social que ocasiona beber fuera de esos límites, lo cual constituirá un cumplimiento del Objetivo de la estrategia: modelar positivamente la conducta cambiando la Consciencia Social sobre la misma.
Desde el punto de vista del posicionamiento de la marca Pilsen en el Mercado, se obtendrá una valoración positiva, en cuanto la Empresa asume su Responsabilidad Social, dando lugar a una campaña social de mejoramiento de la Salud y la Seguridad afectada por el actual abuso asociado al Delito en general.
La Responsabilidad social de las Empresas, sólo es demostrada cuando la misma dedica parte de sus ganancias a prevenir efectos negativos derivados de la comercialización de sus productos a nivel comunitario.

Se logrará completar un conjunto de medidas preventivas, sumando las acciones de Gobierno, las acciones empresariales y las decisiones responsables de los propios consumidores, alcanzando, así, el máximo resultado en la disminución del Daño social relacionado con las Bebidas Alcohólicas.

EQUIPO TÉCNICO

Los encargados del desarrollo de METODOS "TOMÉ DOS" son:

Psic Rodolfo Coira
Psic. Oscar Cruz
Psic. Gonzalo Javier

La formación Universitaria en Psicología, provee a los integrantes del Equipo Técnico de los elementos Profesionales y Científicos más adecuados para impartir información calificada y en sintonía con la Organización Mundial de la Salud.

La coherencia conceptual académica permite operar en profundidad, logrando el Objetivo de cambiar positivamente la Conducta Social del Mercado consumidor de Bebidas Alcohólicas, al actuar metodológicamente sobre su Consciencia Colectiva, a través del diseño, implementación y evaluación de este sistema educativo.

Contactos:
Teléfonos:
Emails:

Esperamos haber explicitado en forma clara y suficiente el Proyecto de aplicación del Programa "METODO TOME DOS", quedando a sus órdenes para la ampliación del aspecto que le resulte necesario.

Sin otro particular, saludamos a Ud. muy atentamente.

Psic. Psic. Psic.